

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Komunikasi Massa

Pada dasarnya komunikasi massa merupakan studi ilmiah tentang media massa beserta pesan yang ingin disampaikan kepada target khalayaknya, serta efek terhadap mereka. Rakhmat merangkum definisi komunikasi massa dari para ahli menjadi: “Komunikasi massa diartikan sebagai komunikasi yang ditujukan kepada sejumlah khalayak yang tersebar, heterogen, dan anonim melalui media cetak atau elektronik sehingga pesan yang sama dapat diterima secara serentak dan sesaat (Ardianto, 2007:3). Pengertian tersebut secara tidak langsung telah mencakup ciri-ciri komunikasi massa. Ciri-ciri tersebut antara lain komunikannya bersifat heterogen, tersebar, dan anonim. Selain itu komunikasi massa juga menimbulkan keserempakan dalam penyampaian pesannya.

Komunikasi massa juga diartikan sebagai suatu proses menciptakan kesamaan arti antara media massa dengan khalayaknya (Baran, 2011:7). Komunikasi massa merujuk ke keseluruhan institusinya yang merupakan pembawa pesan—koran, majalah, stasiun pemancar—yang mampu menyampaikan pesan-pesan ke jutaan orang nyaris serentak (Rivers, et. all. 2003:18). Perkembangan teknologi yang kian cepat menyebabkan alat-alat komunikasi massa pun ikut berkembang. Paradigma baru menggolongkan alat-alat komunikasi massa diantaranya yakni surat kabar, majalah, tabloid, televisi, radio, dan internet (Nurudin, 2007:14).

Lebih lengkap lagi, Nurudin dalam bukunya Pengantar Komunikasi Massa mencirikan Komunikasi Massa sebagai berikut:

1. Komunikator dalam Komunikasi Massa berupa sebuah Lembaga. Lembaga disini berarti organisasi sosial yang mampu memproduksi pesan dan mengirimkannya secara serempak ke sejumlah khalayak yang banyak dan tersebar. Ciri komunikator massa yakni: a) sekumpulan individu, b) individu-individu tersebut berperan terbatas dengan sistem di dalam media massa, c) pesan yang disebarakan atas nama media bukan nama pribadi, d) pesan yang disampaikan biasanya untuk mencapai laba secara ekonomis.
2. Komunikan bersifat Heterogen. Artinya, berasal dari berbagai kelompok, tidak mengenal satu sama lain, dan tidak pula berinteraksi satu sama lain.
3. Pesannya Bersifat Umum. Pesan-pesan komunikasi massa itu milik publik. Ia tidak ditujukan kepada satu orang atau satu kelompok masyarakat tertentu. Umum disini juga berarti bahwa pesan-pesan yang disampaikan bisa ditangkap oleh masyarakat pada umumnya.
4. Umpan balik (*feedback*) dari *audience* bersifat tertunda (*delayed*). Maka dari itu komunikasi massa dikatakan berlangsung satu arah saja.
5. Penyebaran pesan komunikasi massa menimbulkan keserempakan. Artinya, khalayak dapat menikmati media massa tersebut pada waktu yang hampir bersamaan. Komunikasi massa yang terasa jelas keserempakannya yaitu internet.
6. Komunikasi Massa Mengandalkan Peralatan Teknis. Tanpa peralatan teknis, massa tidak mungkin menyiarkan atau menyebarkan pesan-pesannya. Koran membutuhkan mesin cetak, radio membutuhkan pemancar, televisi membutuhkan satelit, media online membutuhkan sambungan internet.

7. Komunikasi Massa Dikontrol oleh *Gatekeeper*. *Gatekeeper* atau penjaga gawang berfungsi sebagai orang yang ikut menambah atau mengurangi, menyederhanakan, mengemas agar semua informasi yang disebarkan lebih mudah dipahami. Yang dimaksud *gatekeeper* antara lain reporter, editor film/surat kabar/buku. Manajer pemberitaan, penjaga rubrik, cameramen, sutradara, dan lembaga sensor film yang semuanya memengaruhi bahan-bahan yang akan dikemas dalam pesan-pesan dari media massa masing-masing.

Fungsi komunikasi massa menurut Dominick (2001) dikutip dalam buku Komunikasi Massa (Ardianto, 2007) yakni:

1. *Surveillance* (Pengawasan)

Fungsi pengawasan dibagi dalam dua bentuk utama: a) *warning of beware surveillance* (pengawasan peringatan); b) *instrumental surveillance* (pengawasan instrumental).

Pengawasan peringatan terjadi jika media massa menginformasikan tentang berbagai macam ancaman baik ancaman alam maupun bersifat nasional. Sedangkan pengawasan instrumental berfungsi untuk menyebarkan informasi yang memiliki kegunaan dengan kehidupan sehari-hari misalnya, mengenai produk-produk baru atau film yang sedang dimainkan di bioskop.

2. *Interpretation* (Penafsiran)

Dalam komunikasi massa, penyampaian pesan bukan hanya memasok data dan fakta, namun memberikan penafsiran terhadap kejadian-kejadian penting. Penafsiran ini dilengkapi sudut pandang atau perspektif.

3. *Linkage* (Pertalian)

Media massa dapat menyatukan anggota masyarakat yang beragam, sehingga membentuk pertalian berdasarkan minat dan kepentingan yang sama tentang sesuatu.

4. *Transmission of Values* (Penyebaran Nilai-Nilai)

Fungsi ini disebut juga *socialization* (sosialisasi). Sosialisasi adalah cara dimana individu mengadopsi perilaku dan nilai kelompok. Lewat komunikasi massa dari media massa, penyebaran nilai-nilai kehidupan terjadi.

5. *Entertainment* (Hiburan)

Melalui penyajian yang dilakukan media massa, khalayak dapat memperoleh dan menikmati hiburan yang dikehendakinya.

Sementara itu, Effendy (1993) mengemukakan fungsi komunikasi massa secara umum adalah:

1. Fungsi Informasi

Media massa adalah penyebar informasi bagi pembaca, pendengar atau pemirsa. Khalayak media massa mengonsumsi media karena mereka ingin mendapatkan informasi tentang peristiwa yang terjadi di muka bumi, ide-ide atau gagasan orang lain, dan informasi lainnya tentang kehidupan.

2. Fungsi Pendidikan

Media massa merupakan sarana mengkomunikasikan hal-hal yang sifatnya mendidik bagi khalayaknya. Salah satunya melalui pengajaran nilai, etika, serta aturan-aturan yang berlaku kepada pemirsa dan pembaca.

3. Fungsi Memengaruhi

Fungsi memengaruhi secara implisit terdapat pada tajuk/editorial, features, iklan, artikel, dan sebagainya. Khalayak dapat terpengaruhi oleh pesan-pesan persuasive yang disajikan media massa.

2.2 Media Massa

Media adalah alat yang digunakan untuk memindahkan pesan dari sumber kepada penerima. Istilah media banyak digunakan dengan sebutan berbeda, misalnya saluran, alat, sarana, atau dalam bahasa Inggris disebut *channel* atau *medium* (Tamburaka, 2012: 9). Pengertian lain menyatakan media massa adalah alat-alat dalam komunikasi yang bisa menyebarkan pesan secara serempak, cepat, kepada *audience* yang luas dan heterogen. Kelebihan media massa dibanding dengan jenis komunikasi lain adalah ia bisa mengatasi hambatan ruang dan waktu. Bahkan media massa mampu menyebarkan pesan hampir seketika pada waktu yang tak terbatas (Nurudin, 2007: 9).

Sepanjang hari, rata-rata setiap orang menghabiskan waktu lebih banyak dengan media daripada tanpa media. Media massa menyentuh kita hampir setiap hari—secara ekonomis, sosial, dan budaya. Media massa dapat memengaruhi cara kita menggunakan suara atau cara kita membelanjakan uang. Terkadang media massa memengaruhi apa yang kita makan, bicarakan, kerjakan, pelajari, hingga kapan waktu untuk beristirahat.

Dalam buku *Media/Impact Pengantar Media Massa* (Biagi, 2010: 5) mengatakan media mempengaruhi hampir seluruh segi/aspek kehidupan masyarakat. Rata-rata waktu yang dipergunakan orang-orang menggunakan media sehari-hari yaitu 41% atau sama dengan sekitar 590 menit. Beristirahat 33% atau sama dengan 475 menit. Lalu waktu bebas dari media 26% atau sama dengan 375

menit. Media masa meliputi antara lain; Buku, Surat Kabar, Majalah, Koran, Tabloid, Rekaman, Radio, Film, Televisi, Internet. Sekitar 73% dari semua konsumen media adalah media online. Media internet menjadi medium massa baru sekaligus sistem pengiriman yang terintegrasi bagi media tradisional, cetak, audio, dan video.

Perkembangan media massa menurut pemikiran Dennis McQuail dalam bukunya *McQuail's Mass Communication Theory 4th Edition* (Junaedi, 2007: 27-30).

Tahap pertama dari perkembangan media adalah adanya buku dan perpustakaan. Tahap kedua adalah adanya media cetak dalam bentuk koran. Pelopornya yaitu ditemukannya mesin cetak oleh Guttenberg. Tahap ketiga adalah penemuan film melalui pita seluloid. Tahap keempat yaitu penemuan teknologi penyiaran melalui media televisi dan radio. Tahap ini melibatkan teknologi dan organisasi media yang lebih kompleks serta isi yang semakin beragam. Jangkauan khalayaknya jauh lebih luas. Tahap kelima adalah perkembangan rekaman musik dan tahap keenam adalah penemuan internet.

Melalui media internet, interkoneksi antar penggunaannya sangat memungkinkan. Fungsinya bukan lagi semata-mata bersifat publik sebagaimana bentuk komunikasi massa yang lain, namun juga dapat bersifat privat (berbagi informasi tergantung pada pengguna, apakah ingin dibagikan atau disimpan untuk diri sendiri. Tahap ini ditopang oleh teknologi berbasis komputer (*computer-based technologies*) (McQuail, 2002:18-28 dalam Junaedi, 2007: -29).

Tahap penemuan internet membawa revolusi besar dalam komunikasi massa. Pertama, lahirnya jurnalisme online yang memberikan akses informasi yang

super cepat kepada khalayak luas. Kedua, perkembangan teknologi baru untuk mengakses berbagai pesan dalam komunikasi massa, seperti melalui *personal computer*, laptop, atau gawai (*gadget*) yang terkoneksi dengan jaringan internet baik melalui kabel atau nirkabel. Ketiga, memungkinkan adanya media interaktif yang memanjakan khalayak untuk menikmati media baru. Keempat, lahirnya *citizen journalism* yang memungkinkan semua lapisan masyarakat menjadi produsen informasi.

Media massa merupakan institusi kunci dalam masyarakat. Media memengaruhi budaya, kebiasaan membeli, dan politik kita. Sebaliknya, media pun terpengaruh oleh perubahan kepercayaan, selera, minat, dan perilaku masyarakat (Biagi, 2010: 13-15).

2.3 Media Massa sebagai Alat Komunikasi Massa

Komunikasi massa adalah pesan yang dikomunikasikan melalui media massa pada sejumlah besar orang (*mass communication is message communicated through a mass medium to a large number of people*) dikemukakan oleh Bittner (Ardianto: 2007, 3). Dari definisi tersebut, dapat diartikan bahwa komunikasi massa harus menggunakan media massa. Media Komunikasi yang termasuk Media Massa antara lain; Buku, Surat Kabar, Majalah, Koran, Tabloid, Rekaman, Radio, Film, Televisi, Internet.

Senada dengan Bittner, Tamburaka mengungkapkan Komunikasi massa merupakan proses komunikasi yang dilakukan melalui media massa dengan berbagai tujuan komunikasi dan untuk menyampaikan informasi kepada khalayak luas. Oleh sebab itu komunikasi massa melibatkan unsur-unsur penting didalamnya

seperti; komunikator, media massa, informasi (pesan) massa, *Gatekeeper*, Khalayak (publik), dan umpan balik.

Definisi komunikasi massa yang dikemukakan Michael W. Gamble dan Teri Kwai Gamble (1986) dalam Nurudin adalah jika mencakup hal-hal sebagai berikut:

1. Komunikator dalam komunikasi massa mengandalkan peralatan modern untuk menyebarkan atau memancarkan pesan secara cepat kepada khalayak yang luas dan tersebar. Pesan itu disebarkan melalui media modern pula antara lain surat kabar, majalah, televisi, film, atau gabungan di antara media tersebut.
2. Komunikator dalam komunikasi massa dalam menyebarkan pesan-pesannya bermaksud mencoba berbagi pengertian dengan jutaan orang yang tidak saling kenal atau mengetahui satu sama lain. Anonimitas *audience* dalam komunikasi massa inilah yang membedakan pula dengan jenis komunikasi yang lain. Bahkan pengirim dan penerima pesan tidak saling mengenal satu sama lain.
3. Pesan adalah milik publik. Artinya bahwa pesan ini bisa didapatkan dan diterima oleh banyak orang. Karena itu, diartikan milik publik.
4. Sebagai sumber, komunikator massa biasanya organisasi formal seperti jaringan, ikatan, atau perkumpulan. Dengan kata lain, komunikatornya tidak berasal dari seseorang tetapi lembaga. Lembaga ini pun biasanya berorientasi pada keuntungan, bukan organisasi suka rela atau nirlaba.
5. Komunikasi massa dikontrol oleh *gatekeeper* (penapis informasi). Artinya, pesan-pesan yang disebarkan atau dipancarkan dikontrol oleh sejumlah

individu dalam lembaga tersebut sebelum disiarkan lewat media massa. Ini berbeda dengan komunikasi antarpribadi, kelompok. Atau publik di mana yang mengontrol bukan sejumlah individu. Beberapa individu dalam komunikasi massa itu ikut berperan dalam membatasi, memperluas pesan yang disiarkan. Contohnya adalah seorang reporter, editor film, penjaga rubric, dan lembaga sensor lain dalam media itu bisa berfungsi sebagai *gatekeeper*.

6. Umpan balik dalam komunikasi massa sifatnya tertunda. Kalau dalam jenis komunikasi lain, umpan balik bisa bersifat langsung. Misalnya, dalam komunikasi antarpersona. Dalam komunikasi ini umpan balik langsung dilakukan, tetapi komunikasi yang dilakukan lewat surat kabar tidak bisa langsung dilakukan alias tertunda (*delayed*).

Dengan demikian, media massa adalah alat-alat dalam komunikasi yang bisa menyebarkan pesan secara serempak, cepat kepada *audience* yang luas dan heterogen. Kelebihan media massa dibanding dengan jenis komunikasi lain adalah ia bisa mengatasi hambatan ruang dan waktu. Bahkan media massa mampu menyebarkan pesan hampir seketika pada waktu yang tak terbatas (Nurudin, 2007: 9).

2.4 Jurnalistik Online

Media massa bertambah dengan kelahiran situs-situs berita di ruang cyber dalam kategori com. Publik dewasa ini tak hanya mengenal surat kabar, majalah, kantor berita, radio, atau televisi sebagai media massa, tetapi juga situs-situs berita di dalam ruang cyber. Karena tanda pemisah dalam taksonomi situs itu berupa titik atau dot, kategori pemberitaan model baru itu kita sebut saja dalam ruangan ini

sebagai jurnalisme dotcom. (Kompas, Nasional, Senin, 17 Juli 2000 dalam Santana, 2014: 133).

Jurnalistik atau *journalisme* berasal dari kata *journal*, yang berarti catatan harian, atau catatan mengenai kejadian sehari-hari, atau bisa juga berarti surat kabar. McDougall dalam Kusumaningrat (2014: 15) menyebutkan bahwa *journalisme* adalah kegiatan menghimpun berita, mencari fakta, dan melaporkan peristiwa. Dalam kamus, jurnalistik diartikan sebagai kegiatan untuk menyiapkan, mengedit, dan menulis untuk surat kabar, majalah, atau berkala lainnya (Assegaff dalam Sumadiria, 2014: 2). Sederhananya, jurnalistik adalah proses pencarian, penulisan, dan penyebarluasan berita melalui media massa.

Online merupakan suatu keadaan adanya ketersambungan atau konektivitas mengacu pada internet atau world wide web (www). Online berarti dapat mengakses informasi di mana saja dan kapan saja selama ada jaringan internet (Romli, 2012: 12). Dengan demikian, jurnalistik online dapat didefinisikan sebagai proses penyebarluasan suatu informasi melalui media internet.

Kelahiran jurnalistik online bermula ketika Mark Druge mempublikasikan kisah perselingkuhan Presiden Amerika Serikat Bill Clinton tahun 1988. Website *Drudge Report* memuat kisah skandal hasil investigasi Michael Isikoff setelah majalah *Newsweek* menolak mempublikasikannya. Setelah itu semua orang yang bisa mengakses internet segera mengetahui rincian skandal itu. Perkembangan jurnalistik online di Indonesia dimulai saat berakhirnya era pemerintahan Orde Baru. Berita pengunduran diri Soeharto pada 21 Mei 1998 tersebar melalui *milist* (mailing list).

Karakter sekaligus keunggulan jurnalisme online dikemukakan Richard Craig (Romli, 2012: 17) yaitu:

- Terdapat *link* yang menghubungkan berita terkait. Pembaca dapat menggunakannya untuk membaca informasi lebih lanjut.
- Pembaca dapat memperbarui berita secara langsung dan teratur.
- Informasi di media online sangat luas.
- Tersedianya penambahan suara, video, dan konten online yang dimiliki cetak.
- Dapat menyimpan arsip online yang bisa diakses dari zaman ke zaman.

2.5 Media Online dan Jurnalisme Warga

Media online dapat didefinisikan sebagai media yang bisa diakses atau tersaji secara online di situs web (*website*) internet. Media online (*online media*) disebut juga *cybermedia* (media siber), *internet media* (media internet), dan *new media* (media baru). Sedangkan dewan pers mengartikan media siber dalam Pedoman Pemberitaan Media Siber (PPMS) yakni “segala bentuk media yang menggunakan wahana internet dan melaksanakan kegiatan jurnalistik, serta memenuhi persyaratan Undang-Undang Pers dan Standar Perusahaan Pers yang ditetapkan Dewan Pers.”

Romli (2012, 33-34) memaparkan karakteristik yang sekaligus menjadi keunggulan media online di banding media konvensional, yaitu antara lain:

- Multimedia: mampu menyajikan berita atau informasi dalam berbagai bentuk. Baik dalam bentuk teks, audio, video, grafis, dan gambar secara bersamaan.

- Aktualitas: berisi informasi actual bahkan *real-time* dikarenakan kemudahan dan kecepatan penyajian.
- Cepat: setelah diposting atau diupload, setiap orang bisa dengan mudah mengaksesnya.
- Update: konten maupun redaksional dapat segera diperbarui (*updating*).
- Kapasitas luas: tidak ada batasan karakter seperti di media cetak atau batasan waktu seperti di media elektronik.
- Fleksibilitas: pemuatan editing naskah atau jadwal terbit (*update*) bisa kapan saja dan dimana saja.
- Luas: menjangkau ke seluruh dunia yang memiliki akses internet.
- Interaktif: komunikasi banyak arah dengan tersedianya kolom komentar dan *chat room*.
- Terdokumentasi: informasi tersip dan dapat diakses melalui *link*, “artikel terkait”, dan fasilitas “cari” (*search*).
- Hyperlinked: terhubung dengan sumber lain (*links*) yang berkaitan dengan informasi tersaji.

Kemudahan media online diakses oleh seluruh masyarakat memunculkan fenomena *citizen journalism*. Ciri pokok jurnanisme warga ini yakni, kegiatan jurnalistik yang dilakukan bukan oleh jurnalis profesional namun oleh masyarakat umum. Informasi yang dimiliki masyarakat umum itu disebarluaskan secara online dan dapat diberi komentar oleh pengguna lainnya.

Konsep dasar dalam *citizen journalism* yaitu memposisikan audiens sebagai produsen berita. Berlainan seperti yang selama ini berjalan dalam logika kerja jurnanisme tradisional yang memposisikan audiens hanya sebagai konsumen pasif.

Kini bisa dikatakan posisi antara jurnalis sebagai pencari dan penulis berita, narasumber sebagai muasal berita, dan audiens sebagai konsumen berita sudah mengabur. Antara produsen dan konsumen berita tidak bisa lagi diidentifikasi secara jelas karena setiap orang dapat memerankan keduanya. Interaksi dan interkoneksi adalah inti dari konsep *citizen journalism*.

Di Indonesia, video amatir warga saat terjadi bencana Tsunami Aceh ditayangkan oleh stasiun-stasiun televisi nasional. Begitu pula saat serangan gedung WTC 9/11 di Washington, gambarnya diambil oleh warga yang berada dekat dengan lokasi peristiwa. Saat aksi protes dalam pemilu Iran 2009 dan aksi kerusuhan di Xinjiang Cina, wartawan dilarang meliput dan mempublikasikan. Namun informasi didapatkan dari status facebook, twitter, dan blog warga. Namun begitu, kelemahan jurnalisme warga terletak pada akurasi, kredibilitas, dan ketaatan pada kode etik jurnalistik (Romli, 2012: 26).

2.6 Majalah Online

Majalah adalah salah satu media komunikasi massa yang menyediakan informasi secara dalam, tajam, dan memiliki nilai aktualitas yang lama dibandingkan dengan surat kabar, tabloid, serta menampilkan gambar yang lebih banyak (Suryawati, 2004: 42 dalam Skripsi Luthfi Apriliyasi, 2015: 33). Selain itu, majalah merupakan media yang organisasinya sederhana, relatif mudah mengelolanya, serta tidak terlalu membutuhkan modal yang banyak (Ardianto, 2007: 121).

Seiring perkembangan zaman, media cetak mulai beralih ke era digital. Meningkatnya pengguna internet menjadikan media cetak terbit dengan sistem

online. Begitu pula dengan majalah yang berkembang ke arah digitalisasi. Kini majalah sebagai media komunikasi dapat pula diakses melalui jaringan internet.

Majalah online (*online magazine*) juga disebut majalah digital, majalah elektronik (*electronic magazine*), atau webzine (*website magazine*). Majalah online dapat didefinisikan sebagai media yang mendistribusikan konten dari majalah secara online baik dengan meniru versi majalah cetak atau tidak.

Tampilan majalah elektronik atau webzine dalam Jurnal Ilmu Komunikasi “Pengembangan Website Magazine jatengtravelguide.com” (2015) terdiri atas dua jenis berikut:

1. Edisi Replika: merupakan artikel yang diduplikasi secara utuh sehingga menampilkan versi majalah cetak secara online. Hal ini bertujuan untuk memberi kesan seakan sedang membaca menggunakan media kertas. Edisi ini biasanya ditampilkan dalam format PDF.
2. Edisi Online: yakni mengatur artikel dalam menu yang dikategorikan sehingga memudahkan pembaca dalam mencari informasi yang dibutuhkan. Keuntungan edisi online dibanding edisi replika yaitu pembaca dapat langsung memilih informasi yang benar-benar ingin dilihatnya pada saat itu tanpa perlu membaca keseluruhan isi majalah.

Digitalisasi majalah memudahkan para pembaca untuk mengakses bacaan bermutu kapan saja dan dimana saja hanya dengan menggunakan *gadget* (gawai). Kebutuhan akan informasi berkualitas didapatkan dengan efisien karena tidak beresiko sobek, cetakan rusak, dan lain sebagainya. Selain itu majalah online terbilang *low cost*, pembaca hanya tinggal *men-download* saja.

2.7 Feature

2.7.1 Pengertian Feature

Feature memiliki sebutan yang beragam, diantaranya; karangan khas, cerita laporan, cerita pendek jurnalistik (cerpenjur), atau artikel tuturan. Umar Nur Zain dalam bukunya *Penulisan Feature* mengatakan bahwa feature dapat diartikan secara luas dan sempit. Dalam arti luas, feature berarti tulisan-tulisan di luar berita, bisa berupa tulisan ringan, tulisan berat, tajuk rencana, tulisan opini, sketsa, laporan pandangan mata dan sebagainya. Sedang dalam arti yang lebih sempit, feature adalah tulisan khas yang sifatnya bisa menghibur, mendidik, memberi informasi, dan sebagainya mengenai aspek kehidupan dengan beragam gaya (Zain, 1992: 19).

Pada umumnya, feature dimaksudkan untuk memberi hiburan sebagai bacaan yang sedap, mendidik, rileks, dan ringan dalam pengutaraannya. Feature ibarat sebuah jeda setelah membaca berita serius yang berisi fakta-fakta keras mengenai politik, ekonomi, sosial, budaya, kejahatan, kecelakaan, dan sebagainya (Barus, 2010: 172).

Sumadiria dalam bukunya *Jurnalistik Indonesia Menulis Berita dan Feature* mendefinisikan feature secara sederhana yakni; cerita atau karangan khas yang berpijak pada fakta dan data yang diperoleh melalui proses jurnalistik. Feature bukanlah penuturan atau laporan tentang fakta secara lurus atau lempang sebagaimana pada berita langsung (*straight news*).

Alexis McKinney, veteran ruang redaksi selama 30 tahun *Harian Post* di Denver, memberi definisi tentang feature yang bunyinya kira-kira sebagai berikut:

“Feature menemukan dampaknya di luar bidang dasar-dasar penulisan berita *straight news* dan diluar *who-what-where-why-when-and how* yang tanpa polesan” (dalam buku Mitchel V. Charnley, *Reporting*, Holt, Rinehart, and Winston, New York, 1975).

Menurut Charnley, istilah feature sebenarnya mencakup juga beragam berita yang bahannya dipilih untuk disajikan terutama karena unsur beritanya bukan ditekankan pada aktualitas (Kusumaningrat, 2014: 220-221). Pendapat Richard Weiner dalam *Webster's New World Dictionary of Media and Communication* (1990), feature bersifat ringan, atau lebih umum, tentang daya pikat manusiawi, atau gaya hidup, daripada berita lempang. Sedangkan menurut Daniel R. Williamson dalam *Feature Writing for Newspaper* (1975), feature adalah artikel yang kreatif, kadang-kadang subyektif, dirancang terutama untuk menghibur dan memberitahu pembaca tentang peristiwa, situasi, atau aspek kehidupan (Sumadiria, 2014: 152)

Perbedaan antara berita biasa (*news*) dan berita feature (*featured news*) terutama terletak pada tujuannya. Cara penulisan yang dilakukan dalam feature ditekankan pada maksud untuk menghibur, menimbulkan rasa heran, geli, takjub, cemas, terharu, kasihan, jengkel, atau untuk mendidik, menambah pengetahuan, menimbulkan rasa keindahan, dan sebagainya (Kusumaningrat, 2014: 219). Dalam tulisan feature, emosi pembaca seolah diaduk-aduk oleh alur ceritanya.

Wolseley dan Campbell dalam *Exploring Journalism* (1957) memasukkan feature pada surat kabar ke dalam segi hiburan

(*entertainment*). Feature memenuhi fungsi ketiga yang tidak dapat diabaikan, yakni hiburan di samping fungsi memberi informasi dan pendidikan (Assegaff, 1983:55 dalam Sumadiria, 2014: 151).

2.7.2 Karakteristik Berita dan Feature

Menurut teori jurnalistik, feature termasuk ke dalam kelompok atau rumpun *news*. Sedangkan *news* sendiri diklasifikasikan ke dalam dua kategori: *hard news* (berita berat, berita keras) dan *soft news* (berita ringan, berita lunak). Secara teoritis, feature termasuk ke dalam *soft news*. Oleh karena termasuk ke dalam kelompok *news*, maka feature bukanlah cerita fiktif namun haruslah fakta objektif (Sumadiria, 2014: 149-150).

Berikut Matriks Karakteristik Berita dan Feature dalam buku Sumadiria:

Tabel 1: Karakteristik Berita dan Feature

NO.	BERITA	FEATURE	KETERANGAN
1.	Ditulis dengan menggunakan teknik melaporkan (<i>to report</i>) suatu peristiwa secara faktual.	Ditulis dengan teknik mengisahkan (<i>to story</i>) suatu situasi, peristiwa, atau keadaan secara factual.	Berita ditulis dengan gaya laporan yang sifatnya kaku, tegak, lurus, ringkas, tegas. Feature ditulis dengan gaya menulis cerita pendek (cerpen) yang sifatnya lentur, hidup, memikat.
2.	Berisi laporan peristiwa yang sifatnya aktual, faktual, objektif, benar, akurat.	Berisi tentang suatu situasi, keadaan, atau aspek, kehidupan yang sifatnya faktual, objektif, benar, akurat.	Laporan fakta atau peristiwa pada berita bersifat tembak langsung (<i>to the point</i>). Cerita faktual pada feature menggunakan alur dan pemantik.
3.	Hasil karya liputan jurnalistik melalui proses proyeksi, observasi, investigasi,	Hasil karya liputan jurnalistik melalui proses proyeksi, observasi, investigasi, komunikasi dan	Liputan jurnalistik untuk berita sering dilakukan secara tiba-tiba, tak terduga, tanpa perencanaan, singkat.

	komunikasi dan konfirmasi dengan pihak narasumber.	konfirmasi dengan pihak narasumber.	Liputan jurnalistik untuk cerita feature lebih banyak direncanakan sebelumnya. Cukup lama.
4.	Bertujuan hanya untuk memberi tahu atau menyampaikan informasi kepada khalayak (informatif).	Bertujuan untuk memberi tahu atau menyampaikan informasi tetapi sekaligus juga menghibur khalayak (informatif dan rekreatif).	Laporan berita hanya menyentuh wilayah kognitif khalayak pembaca, pendengar, atau pemirsa. Cerita feature tak hanya menyentuh kognitif tetapi juga wilayah afektif khalayak.
5.	Rangkaian fakta atau informasi disajikan secara resmi, formal.	Rangkaian fakta atau informasi disajikan secara tidak resmi, informal.	Laporan berita hanya <i>memaparkan</i> peristiwa secara singkat dan lugas. Cerita feature <i>melukiskan</i> peristiwa secara naratif memikat.
6.	Sangat terikat kepada aktualitas. Berita adalah laporan tercepat peristiwa factual terkini. Cepat tetapi mudah basi (<i>out of date</i>).	Tidak terikat kepada aktualitas. Cerita feature bisa dipersiapkan, diliput, ditulis, dan disajikan kapan saja sesuai dengan kebutuhan. Tahan lama. Awet.	Hanya feature news yang peliputan dan penyajiannya sangat terikat kepada konsep aktualitas. Pemuatan atau penyajian feature news (<i>soft news</i>) biasanya digandengkan dengan <i>straight news</i> (<i>hard news</i>).
7.	Nama lengkap wartawan atau reporter peliput biasanya tidak dicantumkan. Cukup dengan nama inisial (singkatan atau akronim).	Nama lengkap wartawan atau reporter penulis cerita feature biasanya dicantumkan lengkap.	Pada berita, nama lengkap wartawan tidak dicantumkan lebih banyak karena pertimbangan teknis jurnalistik dan alasan politis keamanan.
8.	Berita mencerminkan karya kolektif institusional suatu media massa.	Cerita feature dicitrakan sebagai cerminan karya kreatif individual seorang reporter atau wartawan.	Karena berita dianggap sebagai karya kolektif institusional, maka pada berita tidak terdapat hak cipta. Pada cerita feature, hak cipta

			penulisnya itu ada, dihargai, dihormati.
9.	Selalu mencantumkan baris tanggal (<i>date line</i>) pada awal teras berita (<i>lead</i>).	Tidak mencantumkan baris tanggal (<i>date line</i>) pada awal intro cerita atau paragraf pertama.	Sebagian media cetak, hanya mencantumkan nama tempat cerita feature terjadi (<i>setting</i> atau lokasi peristiwa).
10.	Karena disajikan dengan pola piramida terbalik, maka berita dapat dipotong pada bagian bawah sesuai dengan keperluan tanpa mengubah dan mengganggu isinya.	Karena ditulis dengan teknik mengisahkan di luar pola piramida terbalik, maka setiap bagian cerita feature sama pentingnya satu sama lain sehingga pada bagian bawah tidak bisa dipotong begitu saja.	Berita disusun dengan skala prioritas dimulai dari urutan pesan sangat penting (<i>lead</i> , teras berita), penting (<i>bridge</i> , perangkai), cukup penting (<i>body</i> , tubuh berita), dan kurang penting (<i>leg</i> , kaki). Cerita feature ditulis dengan urutan pesan bagian awal-atas (intro) dan bagian akhir-bawah (penutup) tetap sama penting.
11.	Tidak menyampaikan pesan moral tertentu, kecuali informasi atau laporan fakta peristiwa semata.	Selalu membawa pesan moral tertentu yang ingin disampaikan kepada khalayak seperti nilai-nilai kejujuran, kesetiaan, sikap tulus tanpa pamrih, pengorbanan, kegigihan, suatu perjuangan, kebersihan hati, keluhuran budi, pengabdian, cinta kasih.	Laporan berita hanya untuk mengisi kepala (pengetahuan atau dimensi kognitif) khalayak. Cerita feature lebih banyak bersifat menusuk dada dan hati (emosi, perasaan dan empati) khalayak pembaca, pendengar, atau pemirsa.
12.	Ditulis dengan menggunakan judul yang dicetak tebal, tegak-lurus, mengesankan formal dan maskulin (<i>hard news</i>).	Ditulis dengan menggunakan judul yang dicetak normal tipis, miring (<i>italic</i>), mengesankan informal dan feminine (<i>soft news</i>).	Dalam tradisi luhur dan konvensi jurnalistik, judul tegak-lurus formal hanya untuk berita yang bersifat keras (<i>hard news</i>). Sebaliknya, judul miring (<i>italic</i>), dan ramping hanya untuk

			yang bersifat ringan (<i>soft news, feature</i>).
13.	Disusun dengan menggunakan pola piramida terbalik dan rumus 5W1H(1S).	Ditulis dengan tidak perlu menggunakan pola piramida terbalik. Bisa juga dengan pola induktif, kronologis, logis, topikal, atau spasial.	Meski tidak menggunakan pola piramida terbalik, setiap unsur 5W1H(1S) harus terdapat dalam karya feature.
14.	Ditulis dengan menggunakan gaya bahasa jurnalistik berita yang sifatnya lurus, lugas, ringkas, tembak langsung (<i>to the point</i>), formal sederhana, demokratis.	Ditulis dengan menggunakan gaya bahasa jurnalistik sastra, merujuk pada gaya penulisan fiksi cerita pendek yang hidup, menarik, lincah, segar, terpilih, memikat, dan mampu membangun imajinasi khalayak pembaca, pendengar, pemirsa.	Karena ditulis dengan teknik mengisahkan (<i>to story</i>), teknik menulis cerita pendek, maka karya cerita feature bersifat naratif, ekspresif. Sedangkan berita lebih banyak bersifat eksplanatif dan produktif.
15.	Sangat terikat pada kaidah jurnalistik seperti pola piramida terbalik, rumus 5W1H(1S), dan penempatan teras berita yang harus selalu pada awal paragraf.	Cerita feature cukup banyak mengadopsi teknik penulisan fiksi terutama cerita pendek.	Cerita feature mencerminkan karya jurnalistik sastra yang harus selalu dibangun di atas landasan kreativitas dan kepiawaian reporter tidak hanya sebagai wartawan tapi juga sebagai seniman (cerpenis, sastrawan).
16.	Setiap reporter atau wartawan diasumsikan mampu meliput dan menyusun berita sesuai dengan kaidah pokok jurnalistik konvensional.	Tidak setiap reporter mampu, tertarik, dan gemar meliput, menulis, dan menyajikan cerita feature.	Penyusunan berita bersifat teknis, rutin, dan menekankan keterampilan. Cermin kreativitas institusional. Penulisan feature lebih banyak menekankan jiwa seniman, sastrawan. Cermin kreativitas individual.

2.7.3 Fungsi Feature

Di setiap media massa, feature memiliki kedudukan yang sangat penting. Feature sebagai salah satu bentuk karya jurnalistik sastra tidak tergantikan oleh produk jurnalistik yang lain. Dengan menghadirkan feature, diharapkan citra media meningkat di mata khalayak. Oleh karena kedudukannya yang sangat penting, maka fungsi feature mencakup berikut menurut Sumadiria (2014):

1. Sebagai pelengkap sekaligus variasi sajian berita langsung (*straight news*). Agar jurnalistik tak dianggap sebagai proses mekanistik sekaligus tetap memiliki daya tarik, maka berita harus dan wajib disajikan secara variatif. Lahirlah feature. Dengan penyajian yang memiliki daya tarik dan bahasa indah, feature telah tampil sebagai pelengkap sekaligus pemberi sentuhan variasi berita *straight news*.
2. Sebagai pemberi informasi yang menarik tentang suatu situasi, keadaan, atau peristiwa yang terjadi. Informasi dalam sebuah berita yang dianggap kurang berharga atau sering dilewatkan, diolah dalam feature. Sehingga menjadi sebuah kisah jurnalistik berbobot.
3. Sebagai penghibur atau sarana rekreasi dan pengembangan imajinasi yang menyenangkan. Banyak orang yang berhubungan dengan media massa justru karena terdesak kebutuhan untuk mencari rekreasi sekaligus untuk mengembangkan imajinasi dan fantasinya.
4. Sebagai pemberi nilai dan makna terhadap suatu peristiwa. Feature hadir dengan mengedepankan perspektif kemanusiaan (*humanity*). Pembaca

atau pemirsa lalu dapat memberi nilai dan makna terhadap suatu fenomena atau peristiwa melalui karya feature.

5. Sebagai wahana ekspresi yang paling efektif dalam memengaruhi khalayak. Berita mengisi ruang kognisi khalayak, sedangkan feature mengangkat dimensi afeksinya. Aspek kehidupan digambarkan secara ekspresif dan menyatakan suasana dan isi hati.

2.7.4 Struktur Penyajian Feature

Umar Nur Zain (1992) dalam bukunya *Penulisan Feature* menyatakan struktur penyajian feature terdiri dari:

1. Judul

Judul dapat ditentukan sebelum atau setelah selesai menulis, tergantung pada penulisnya. Untuk menarik perhatian pembaca, judul biasanya dibuat semenarik mungkin.

2. Intro (Pembuka)

Telah diketahui bahwa feature berbeda dengan berita. Jika lead dalam berita sarat akan 5W dan 1H, maka lead feature lebih bebas. Dalam buku Sumadiria, lead dalam feature disebut dengan intro.

Berikut beberapa persamaan dan perbedaan lead dan intro:

- Teras berita dan intro feature, keduanya dimaksudkan untuk membangkitkan minat dan perhatian khalayak pembaca, pendengar, atau pemirsa, terhadap materi persoalan yang dilaporkan dalam berita atau dikisahkan dalam feature.
- Teras berita dan intro feature, keduanya ditempatkan pada paragraph pertama setelah tulisan judul dan titimangsa (*date line*).

- Teras berita dan intro feature, keduanya ditulis dengan tujuan untuk mengantarkan pokok bahasan atau topic yang dikupas sehingga khalayak pembaca, pendengar, dan pemirsa, dapat segera mengenali dan merumuskannya dengan mudah.
- Teras berita dan intro feature, keduanya ditulis sebagai perintis dalam membuka jalan bagi kalimat dan paragraph berikutnya secara terpadu.
- Teras berita merupakan ringkasan dari keseluruhan fakta atau informasi terpenting dengan menggunakan pola penulisan deduktif secara permanen. Intro pada feature tidak merupakan ringkasan informasi dengan pola penulisan deduktif, tetapi hanya sebagai pemantik atau pintu masuk ke dalam bangunan cerita.
- Teras berita ditulis dengan teknik melaporkan, menggunakan pola piramida terbalik dan merujuk kepada rumus 5W1H yang sudah baku. Intro pada feature ditulis dengan teknik mengisahkan seperti pada penulisan cerita pendek, menggunakan pola berimbang, dan hanya memasukkan dua-tiga unsur saja dari rumus 5W1H dalam paragraph pertama.
- Teras berita ditulis dengan menggunakan bahasa jurnalistik konvensional yang ringkas, lugas, jelas, dan sederhana. Intro pada feature ditulis dengan menggunakan bahasa jurnalistik sastra yang berona, penuh warna, lincah, segar, menggugah, memikat, enak dibaca.

3. Bodi

Bodi atau tubuh feature merupakan bagian-bagian setelah intro selesai diciptakan. Dalam menulis bodi, penulis harus tetap memikat pembacanya untuk terus membaca tulisannya. Bodi bisa ditulis dengan

pola tematis, kronologis, klimaks atau antiklimaks, semuanya tergantung cara dalam menyajikan feature.

4. Penutup (*Punch*)

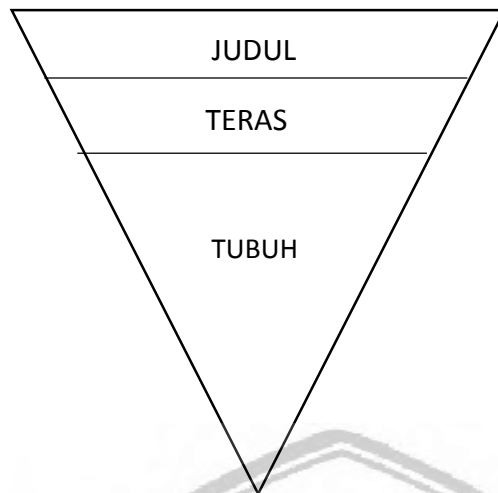
Cerita feature adalah hasil karya kreatif wartawan yang bersifat ekspresif. Wartawan disini berperan ganda, yaitu sebagai jurnalis sekaligus cerpenis. Punch bagi pembaca sangat diperlukan dalam menutup kisah feature. Punch atau “pukulan” ini dimaksudkan agar pembaca merasa terkesan dengan tulisan tersebut.

2.7.5 Anatomi Sebuah Feature

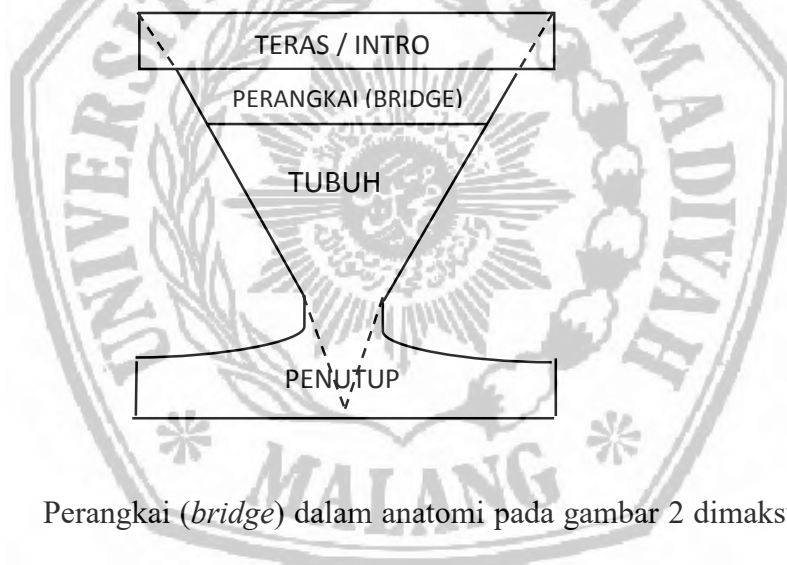
Anatomi atau susunan rangka pada sebuah berita memiliki pola atau patokan seperti piramida terbalik. Pola piramida terbalik menyusun informasi dari yang paling penting sampai dengan informasi yang kurang dan tidak penting. Pola seperti itu digunakan pada berita karena bagian bawah berita bisa dipotong terkait keterbatasan ruang pada media. Pemotongan bagian bawah pada berita tidak mengganggu keseluruhan isi berita.

Namun tidak begitu pada feature. Feature memiliki bagian penutup yang tidak bisa begitu saja dipotong karena dapat mengubah isi keseluruhan cerita. Riyono Pratikto (1984) dalam bukunya *Kreatif Menulis Feature* menggambarkan anatomi sebuah feature berupa piramida terbalik dengan beberapa perbedaan perkembangannya.

Gambar 1 : Piramida Terbalik



Gambar 2 : Piramida Feature



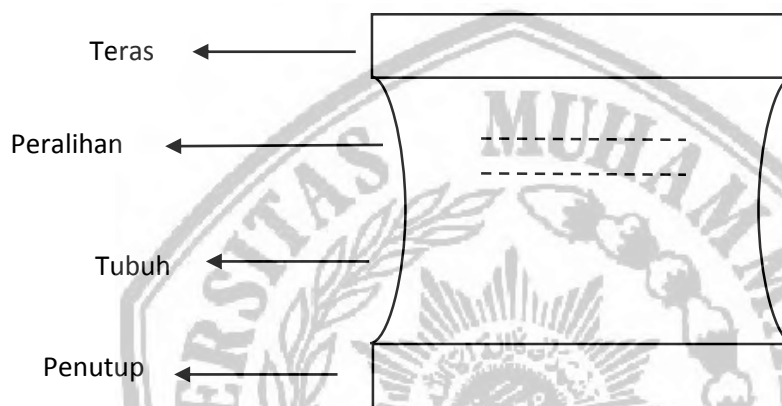
Perangkai (*bridge*) dalam anatomi pada gambar 2 dimaksudkan sebagai penghubung antara Intro dengan Tubuh. Perangkai dimaksudkan sebagai penanda atau aba-aba bahwa materi akan beralih ke bahan materi yang baru.

Sedangkan Mappatoto (1992) mengistilahkan Perangkai dengan kata Peralihan. Peralihan dapat berbentuk kata, frasa, kalimat maupun paragraf. Fungsinya adalah untuk memberitahu pembaca bahwa penuturan sekarang beralih ke bahan baru dan untuk menyusun bahan baru dalam perspektif atau

sudut pandang yang tepat. Isyarat peralihan yang biasa ditemui antara lain: “kemudian”, “di dekat”, “tetapi”, “beberapa meter dari tempat ini”, dan lain-lain (Mappatoto, 1992: 54).

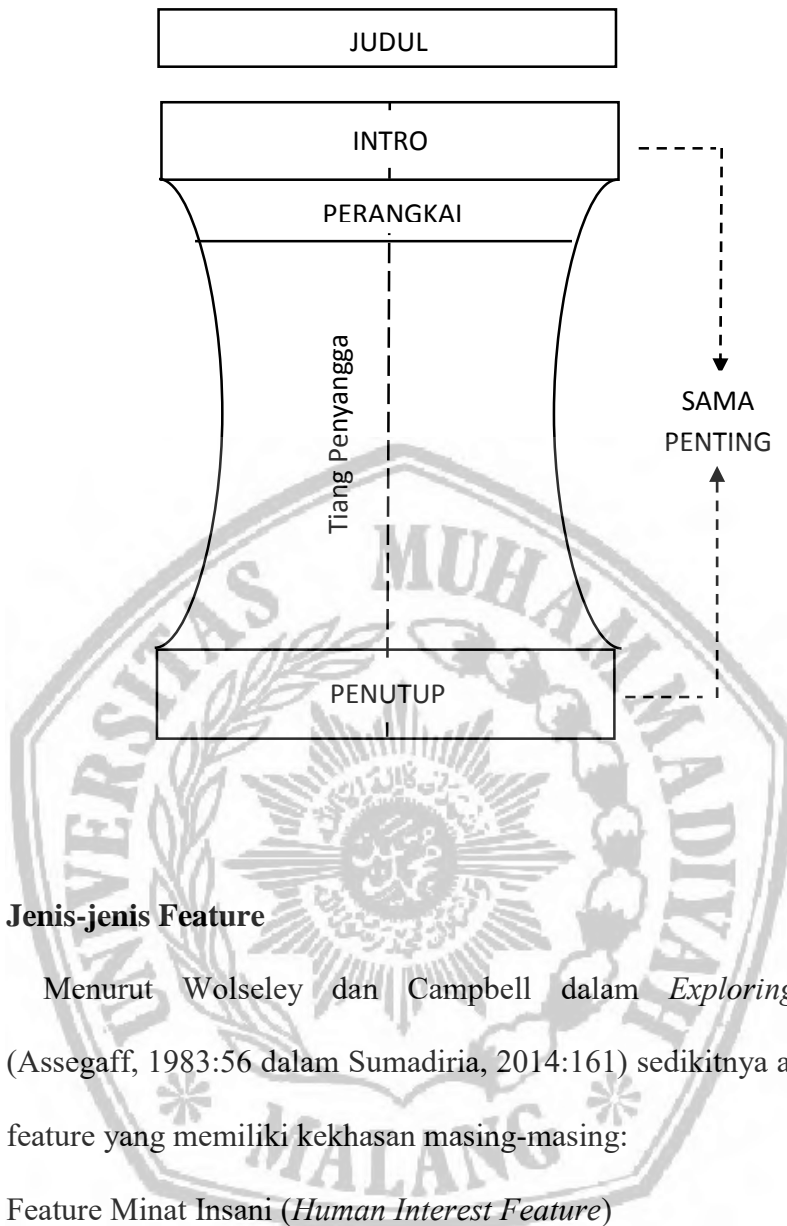
Anatomi penuturan feature yang kronologis menurut Mappatoto (1992) mengikuti pola piramida kronologis, seperti gambar berikut ini :

Gambar 3 :Piramida Kronologis



Sumadiria (2014) menamakan anatomi sebuah feature dengan sebutan Bejana Seimbang. Disebut demikian karena bagian penutup sama pentingnya dengan bagian intro.

Gambar 4 : Bejana Seimbang



2.7.6 Jenis-jenis Feature

Menurut Wolseley dan Campbell dalam *Exploring Journalism* (Assegaff, 1983:56 dalam Sumadiria, 2014:161) sedikitnya ada enam jenis feature yang memiliki kekhasan masing-masing:

- Feature Minat Insani (*Human Interest Feature*)

Feature jenis ini dimaksudkan untuk mengaduk-aduk perasaan, suasana hati, dan bahkan menguras air mata khalayak. Feature minat insani tidak hanya berhubungan atau menyentuh manusia. Dunia flora dan fauna pun termasuk di dalamnya.

- Feature Sejarah (*Hustorical Feature*)

Feature sejarah berusaha untuk melakukan rekonstruksi peristiwa tidak saja dari sisi fakta benda-benda tetapi juga mencakup aspek-aspek manusiawinya yang selalu mengundang simpati dan empati khalayak. Kisah-kisah heroik semasa sejarah selalu dapat menggugah rasa ingin tahu khalayak.

- Feature Biografi (*Biographical Feature*)

Feature biografi atau tentang riwayat perjalanan hidup seseorang, terutama kalangan tokoh seperti pemimpin pemerintahan dan masyarakat, *public figure*, atau mereka yang selalu mengabdikan hidupnya untuk bangsa, negara, atau sesuatu yang bermanfaat bagi peradaban umat manusia.

- Feature Petunjuk Praktis (*How to do Feature*)

Feature ini menuntun atau mengajarkan tentang bagaimana melakukan atau mengerjakan sesuatu. Feature ini ditujukan kepada kelompok yang memiliki pola pikir serba praktis dan pragmatis, ingin tahu banyak tapi tak punya waktu.

- Feature Ilmiah (*Scientific Feature*)

Feature yang mengungkap sesuatu yang berkaitan dengan dunia ilmu pengetahuan. Feature ilmiah biasanya lebih banyak tampil di televisi daripada di media lainnya. Ia layak jika divisualisasikan.

- Feature Perjalanan (*Travelogue Feature*)

Feature yang mengajak pembaca, pendengar, atau pemirsa untuk mengenali lebih dekat tentang suatu kegiatan atau tempat-tempat

yang dinilai memiliki daya tarik tertentu. Feature perjalanan merupakan kisah perjalanan wartawan atau seseorang beserta kelompoknya ke objek-objek tertentu yang menarik seperti gunung, hutan, lembah, laut, danau, pantai, gua, termasuk juga objek-objek peninggalan sejarah. Feature jenis ini terutama dimaksudkan untuk memberi informasi serta memotivasi khalayak untuk mengenali dan mencintai alam, flora dan fauna, baik di dalam maupun luar negeri.

2.8 Definisi Konsep

2.8.1 Pola Penyajian Feature

Pola merupakan model atau bentuk yang tepat atau kombinasi suatu kecenderungan membentuk karangan yang taat asas dan bersifat khas. Penyajian adalah pengaturan penampakan atau cara menyampaikan pemberitaan, karangan, makalah, dan sebagainya. Feature merupakan tulisan khas berisi fakta yang diperoleh dari proses jurnalistik dan bertujuan menghibur.

Jadi, pola penyajian feature disini berarti model pengaturan penampilan pada halaman surat kabar, majalah, atau media lainnya yang bersifat khas pada feature baik dalam aspek topik pembahasan, struktur penyajiannya, bentuk anatomi feature, dan atau gambar penunjangnya.

2.8.2 Travelogue Feature

Travelogue Feature merupakan salah satu bentuk karya sastra jurnalistik dari genre penulisan *travel writing*. Genre tulisan ini memberikan informasi kepada pembacanya mengenai objek wisata, tips, dan saran yang terkait

perjalanan mengunjungi sebuah objek wisata, serta memberi inspirasi agar pembaca mengunjungi tujuan tersebut.

Feature perjalanan biasanya dimuat di koran, majalah, atau internet. Ciri khas artikel ini adalah adanya sentuhan personal tentang perasaan dan emosi penulis selama berada di lokasi atau melakukan perjalanan.

Dalam sebuah *travelogue feature*, topik yang ditulis bisa bermacam-macam, misalnya wisata alam, wisata budaya, wisata kuliner, wisata petualangan, wisata belanja, wisata sejarah, wisata kriya, hotel dan akomodasi, arsitektur antik, pusat kerajinan tangan, dan masih banyak lagi.

Sama seperti feature pada umumnya, Feature Perjalanan memiliki struktur berupa judul, intro, bodi, dan penutup.

Berikut struktur pada jenis *travelogue feature* menurut Arini Tathagati:

- Judul dalam *travelogue feature* : orisinal, kreatif, serta menarik.
- Intro dalam *travelogue feature* : intro *travelogue feature* kurang lebih tiga kalimat. Terdiri atas kalimat pembuka dan kalimat perangkai. Kalimat pembuka harus mampu memikat pembaca agar terus membaca. Kalimat perangkai adalah rangkaian kalimat yang menggabungkan kalimat pembuka dengan isi.
- Bodi dalam *travelogue feature* : bodi merupakan pengembangan dari 5W+1H yang kreatif. Disinilah isi *travelogue feature* dituangkan berupa kisah perjalanan yang mendeskripsikan mengenai objek wisata, orang-orang yang ditemui, serta informasi tambahan lainnya.

- Penutup dalam *travelogue feature* : penutup *travelogue feature* adalah sesuatu yang dapat membangkitkan suasana dan emosi yang membuat pembaca puas setelah selesai “mengikuti” perjalanan.

